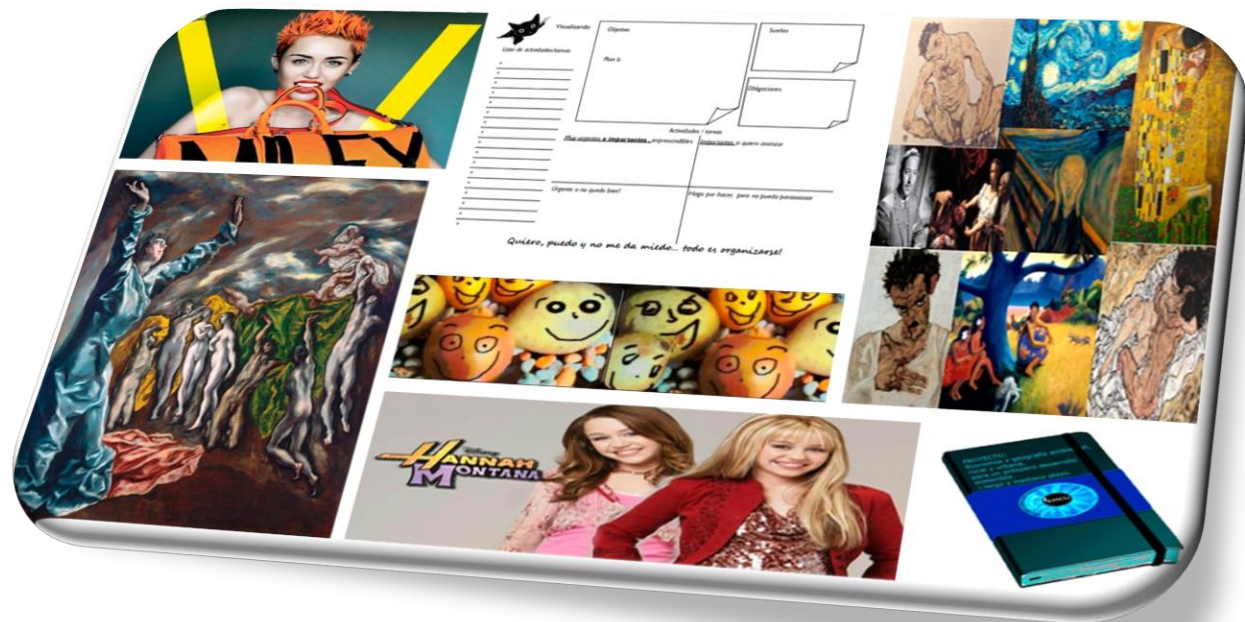


¿QUÉ DIFERENCIA UNA PROPUESTA DE UN PROYECTO? DENTRO DEL MUNDO DEL ARTE



Rosa Boschetti

Contenido

Introducción	3
El proyecto	3
Propuesta (a secas)	4
Propuesta artística	5
A manera de conclusión.....	7
Referencias.....	9

Introducción

Hace pocos días alguien me preguntó la diferencia entre un proyecto y una propuesta dentro del mundo del arte y el tema me pareció interesante. Pensaba que era algo que se explicaba por sí mismo, pero en la conversación con esa persona amiga pudimos comprobar que no. Hay confusiones y la idea de una propuesta artística se asocia con movimientos, sobre todo con los de vanguardia. Seguí dándole vueltas y he aquí algunas reflexiones sobre este tema:

El proyecto

Un proyecto surge como respuesta a una necesidad o a un interés específico y finaliza cuando se obtienen, o no, los resultados deseados o cuando los recursos/presupuesto se agotan.

Proyecto, definición:

- ✚ Planificación que consiste en un conjunto de cosas que se encuentran interrelacionadas y coordinadas. De conformidad con el Project Management Institute (PMI): “un proyecto es un esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado únicoⁱ”
- ✚ Conjunto de escritos, cálculos y dibujos que se hacen para dar idea de cómo ha de ser y lo que ha de costar una obra de arquitectura o de ingenieríaⁱⁱ

- ✚ Primer esquema o plan de cualquier trabajo que se hace a veces como prueba antes de darle la forma definitiva”

Realizar un proyecto requiere organización y disciplina. Al estar basado en la productividad resulta indispensable tener objetivos claros, medibles y enmarcados en un espacio y línea temporal porque como dice Cristina Amaya en *Mercadotecnia de las artes* “el futuro, desde la gestión, tiene tiempo y espacio”ⁱⁱⁱ

Estos elementos permitirán medir el alcance o logros del mismo y para ello se elabora un esquema tipo documento (proyecto) que nos sirve de guía, el cual (a groso modo) contempla:

- ✚ Objetivos generales (la idea a desarrollar)
- ✚ Objetivos específicos (los puntos a tratar en función de la idea)
- ✚ Contenido (acorde con cada uno de los objetivos específicos)
- ✚ Recursos/presupuesto (los necesarios, que estén acordes para ejecutar cada uno de los objetivos específicos)
- ✚ Tiempo de ejecución (está limitado por los recursos o por otras necesidades)
- ✚ Bibliografía (material de apoyo para desarrollar cada objetivo específico, de carácter tangible)
- ✚ Conclusiones/resultados (este análisis deben hacerlo los realizadores del proyecto)



En una cultura orientada a resultados, la utilización de proyectos es muy frecuente en nuestro mundo profesional y es cada vez más utilizado para el ámbito personal: hacemos proyectos de trabajo, estudios, también familiares, diversas planificaciones (vacaciones, horarios, etc.) y hasta proyectos de vida. Todo medible, todo persiguiendo una meta, un objetivo que no siempre está asociada a la rentabilidad económica (que sería la idea original del concepto de proyecto) sino a la eficiencia en todos los sentidos (incluso en el ámbito emocional y en el doméstico). Todo se puede rentabilizar en el sentido de ganancia. Esta forma de vivir nos hace ser nuestros propios jefes sí, pero también nos convierte en el empleado peor valorado y más explotado de nuestra empresa vital... pero esa es otra reflexión.

Un buen proyecto comprende su entorno, traduce una idea a datos de cualquier índole, lleva esa visión del mundo al lenguaje financiero o en cualquier caso cuantificable (calorías, masa corporal, kilómetros, horas dedicadas, páginas escritas, etc.) El proyecto justifica, explica y da soporte para establecer si la idea es viable o no, en cuyo caso se abandona o se modifica para que resulte factible la ejecución.

Los datos, explicaciones y argumentos no son el lenguaje del arte, aunque dentro de él se realicen diferentes proyectos de trabajo artístico.



En palabras de Amaya todo proyecto artístico surge por algún motivo, en el que se pueden combinar diferentes perspectivas a la vez: necesidades expresivas, rescate de un género perdido, desarrollo de un nuevo gusto estético, satisfacer las necesidades de un particular o público, necesidad de hacer dinero, etc. Según el proyecto es indispensable conocer muy bien lo que se busca con él ya que esto será vital para no perder el rumbo en el desarrollo del trabajo. Los objetivos no son eternos y pueden cambiarse, por ejemplo, cuando otro artista hace lo mismo que

nosotros, pero mejor, cuando las condiciones que le dieron origen a nuestro proyecto cambiaron, o cuando la razón de ser original ya no motiva a sus integrantes^{iv}

Propuesta (a secas)

Una propuesta es algo que se propone, es decir algo que dice o muestra necesariamente a otros. "Proposición o idea que se manifiesta y ofrece a alguien para un fin. Consulta de una o más personas hecha al superior para un empleo o beneficio"^v

El término proponer tiene su origen en el latín, proviene del verbo *propono*: poner a la vista, establecer delante. Por lo que un proyecto puede ser propuesto para su aceptación y/o ejecución, una persona puede ser propuesta para desarrollar algo (u ocupar un cargo, lugar) La proposición se puede llevar también al ámbito personal, es cuando nos proponemos algo o tenemos un

propósito (algo que lograr), pero esta auto propuesta no es tal, sino es más un objetivo o meta que nos planteamos.

Proponerse: Hacerse [una persona] el propósito de llegar a conseguir o realizar una cosa poniendo los medios necesarios para ello: *comenta el escritor que cree haber conseguido lo que se propuso: crear un interés en el lector, que tenga ganas de leer y quizá de salir a comprar algún libro*^{vi}

Una propuesta necesariamente es hacia otro: «pone a la vista» aquella idea para compartirla con otros, sea esta idea artística o no. La propuesta no busca premisas para demostrar nada, busca *proponer* (poner a disposición de otros) la visión propia del mundo: que se comparte, se descubre, o se convierte en la voz de quien no puede expresarse, de allí que podamos identificarnos más allá del tiempo lineal con artistas, personajes históricos o cualquier vecino que nos inspire con su estilo, eso es una propuesta.

Propuesta artística

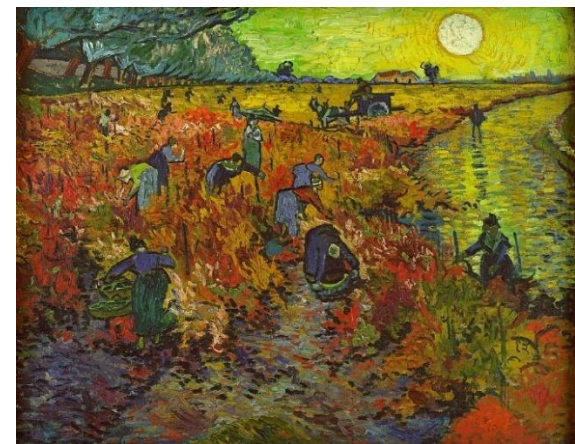
Un artista muestra la realidad tal y como él la ve, su propuesta son las conexiones conceptuales que realiza. Es su interpretación del mundo que lo rodea y desea poner a la vista de otros a través de un mensaje implícito que expresa como mejor pueda, según el lenguaje que utilice y a través de los diferentes proyectos u objetivos, de un discurso articulado o no, planificado o no. No todas las ideas son proyectos. Por ejemplo: Publicar un libro es

un proyecto (requiere planificación, fechas, recursos, etc.)

Escribirlo ya es otra cosa, habrá quien planifique, habrá autores que no, habrá quien haga estudios previos de mercado, habrá los que deseen plasmar su visión, experimentar o simplemente tiene algo que decir. En todo caso tanto uno como otros son artistas que publican y obtendrán su resultado con cierta independencia del método creativo que utilicen.

La propuesta artística no es un objetivo, ni una meta, no es una necesidad del artista, ni cubre tampoco ninguna de la demanda del mercado. Nadie puede hacer la propuesta de otro artista mejor, peor o igual que el original. Es su discurso, su forma de vivir y trabajar, lo que trasmite y esto va más allá de sus proyectos (publicaciones, exposiciones, post en las redes, etc.) y que no piden valoración externa (como sí a una propuesta a secas, o una proposición) Hay artistas que no ven rentabilidad en algún momento de su vida (sino preguntárselo a Vincent van Gogh) y no por ello dejan de plasmar y desarrollar su visión.

EL VIÑEDO ROJO,
UNA DE LAS TRES
PINTURAS VENDIDAS
EN VIDA DE VAN
GOGH
(1888)



La interpretación del mundo en los ojos del artista no tiene análisis DOFA (método muy común en los proyectos), ni de viabilidad. Este tampoco propone un plan de acción, una sugerencia a validar o ejecutar, ni siquiera así mismo como postulante a algo. La interpretación se vale de la comprensión del entorno, que luego es «traducida» en una nueva forma de expresión.

La propuesta artística (no el proyecto artístico, sino su mensaje) se transforma según se madura y amplía la información y la percepción, según se afinen las ideas. Una propuesta artística es una reflexión sobre un tema determinado que se vale de un conjunto de medios que se usan para expresarla más allá de las palabras, estas no son suficientes para el arte, ni para la vida. Los datos, las explicaciones y argumentos no son el lenguaje del arte, sino la escritura, pintura, música, danza, arquitectura, diseño (en cualquiera de sus acepciones creativas), escultura y todas las expresiones artísticas que puedan existir con sus metáforas, humor, ironía, sarcasmo, movimiento... a través del cuerpo, un instrumento, las líneas, los colores, la luz y las sombras...son los elementos que los sentidos entienden y que no requieren explicaciones conscientes, ni un documento (proyecto) que lo valide, estructure y rentabilice.

Por otro lado, con una propuesta se le pide a otro su participación (que luego será aceptada o rechazada). Se puede proponer a otra persona para ejecutar o participar de un proyecto, pero en una propuesta artística no hay invitación ni proposición en este sentido. Un artista no puede proponerte que le sigas en su visión del mundo, ni siquiera que la compartas, te

puede proponer colaborar en un evento o proyecto dentro de su propuesta general, que compartes o no, que puede que la entiendas o no, pero que no es susceptible de aceptación o rechazo, como pudiera ser una propuesta de menú para una cena (lo apruebas o no)

Los colectivos de artistas o, como se les conocía antes, los grupos y escuelas comparten visión del mundo cada uno con sus proyectos. Por ejemplo la propuesta del grupo *De Stijl* (movimiento artístico de 1917) con las pinturas de Mondrian como fuente de la filosofía y las formas visuales, buscaba una expresión de la estructura matemática del universo y de la armonía universal de la naturaleza. El objetivo era la integración de las artes. Los principios del grupo lo manifestaron a través de la revista *De Stijl* (1917-1932). En 1924 Theo van Doesburg (fundador del grupo) desarrolla su «teoría del elementarismo», la cual declara a la diagonal como un principio compositivo más dinámico que la construcción horizontal y vertical, cuyo objetivo era alcanzar una equilibrada relación entre los factores estáticos y los dinámicos con el uso de la diagonal, razón por la cual Mondrian dejó de contribuir con la revista (recordemos que Mondrian jamás aceptó la línea diagonal en sus trazados) Este es solo un ejemplo de los tantos grupos y escuelas de artistas que se juntan porque comparten su visión.

A manera de conclusión

Cuando se habla de proyectos artísticos se suele hacer referencia a la unión de varios artistas para algo específico: Exposiciones, agrupaciones, muestras... También aplica a temas individuales, pero siempre específico: un álbum, una exposición individual, un blog, una charla, una serie... en fin, pero cuando se habla sobre el trabajo en sí del artista, su obra y vida se dice la “propuesta de” y cuando se comparte y los artistas se agrupan surgen los movimientos artísticos, las escuelas (Bauhaus, por ejemplo) las corrientes (expresionismo, futurismo, etc.)

Quiero señalar que la diferencia más evidente entre proyecto y propuesta radica en la necesidad de tener controladas las variables de nuestras vidas frente a la libertad del riesgo, el empuje de la productividad y el empleo del tiempo frente al ocio y el aburrimiento.

Los proyectos están allí y han traspasado a todos los ámbitos de la vida humana por el tipo de mentalidad que tenemos. La idea de que todo es un proyecto está tan extendida que un fin de semana de bricolaje también lo es, se le quita la oportunidad de ser un hobby, una forma de desconexión para convertirlo en tiempo productivo y por lo tanto darle una utilidad más



allá del simple placer de hacerlo con tus manos.

La administración de empresas y el aire corporativo de la vida eficiente casi domina las 24 horas del día: métricas de calorías, de me gusta, pasos recorridos y un sin fin de mediciones y proyectos que asumimos como el más alto de los ejecutivos. Seguimos esos hábitos de la gente altamente eficiente y así nos gestionamos, ya es normal y si nos fijamos bien, determinadas fechas exigen la elaboración de un proyecto (año nuevo, vacaciones...) que en muchas ocasiones solo cumplimos con el requisito de hacerlos, en otras, nos auto imponemos su cumplimiento o los abandonamos, no siempre se puede y no todos llegan a sus propios objetivos.

En cualquier caso, no escapamos a la espiral de hacer y hacer, programar, planificar. Pocas veces pensamos cuál es nuestra propuesta (no la Misión o Visión que siguen siendo términos

administrativos) sino aquellas que apelan a nuestra propia perspectiva del mundo, nuestra voz.

La propuesta no excluye proyectos, pero es más grande que la suma de estos, es un estilo de vida, que puede estar o no dentro de lo establecido por la sociedad, no apreciamos al artista por el tiempo que le tomó hacer una obra, sino por la propuesta/mensaje en sí, lo mismo que al vecino estiloso.

La propuesta es más exigente con nosotros mismos. Necesita reflexión, tiempo para pensar, coherencia interna y valentía para llevarla a cabo ya que (paradójicamente) renuncia a la comodidad de la sensación del control.

Un ejemplo reciente de propuesta, entre tantos, es Miley Cyrus. Participó en lo que sería un proyecto muy importante que le abrió las puertas: la serie *Hannah Montan*, original de Disney Channel, interpretando a Miley Stewart y Hannah Montana. Se tomó casi dos años para redirigir su carrera y desarrollar su propuesta de artista adulta e independiente.

Optó por un cambio radical, en 2015 dijo para la revista *Flare* (sobre un discurso en la una gala Benfica): “Escribí mi discurso porque sé cómo me siento. Pasa lo mismo con el maquillaje, con la música, con todo. Esta vez solo quiero hacerlo yo misma”^{vii}



MILEY CYRUS COMO MILEY STEWAR Y
HANNAH MONTANA (2001-2010)



MILEY CYRUS 2013

Otro ejemplo menos actual es el Greco (1541- 1614), quien a pesar de que los cuadros que le encargaban sus mecenas seguían las directivas artísticas de la Contrarreforma: El tratamiento que

da a la luz, a los personajes, al paisaje, sus trabajos transmiten sensaciones que van más allá de lo religioso.

Su obra perdura sobre la anécdota y su propuesta de la belleza, sus figuras alargadas aún siguen impactando. El Greco es un excelente ejemplo del desarrollo de un proyecto para sobrevivir, en donde se plasma la propuesta, el discurso del artista, su forma de entender las cosas.

Desde siempre han existido los patrocinadores y mecenas encargados de los proyectos (exposiciones, presentaciones, publicaciones, etc.) y de hacer viable la creatividad del artista, pero definitivamente luego de la revolución industrial (segunda mitad del siglo XVIII) no solo cambiaron las técnicas, la tecnología y las forma de relacionarnos, sino que cambió para siempre las relaciones productivas, sociales, y con ellas, la posición del artista frente a su cliente/espectador.

El artista debe gestionar sus proyectos sin perder de vista su propuesta que en definitiva será lo que le dé una oportunidad en el mercado actual o futuro.

Su éxito será una suerte de combinación entre lo verás, audaz y auténtico de su propuesta, lo bien gestionado que estén sus proyectos (aquí se incluyen los recursos) y un poco de azar a favor (estar en el lugar apropiado en el momento adecuado) A veces solo la correcta gestión de los proyectos basta para tener éxito



económico, aunque se carezca de valor como artista ¿es posible un artista sin propuesta? ¿el dominio de determinada técnica te convierte en artista? ¿tener influencia social (seguidores en las redes), es suficiente para ser artista? ¿todo vale como propuesta artística? Pero esto sería material para otra reflexión.

LA VISIÓN DE SAN JUAN. EL GRECO. FECHA DE CREACIÓN: 1608–1614 (IMAGEN)

Referencias

- ⁱ Definición de la Wikipedia para “[Proyecto](#)”
- ⁱⁱ Definición de la RAE para “[proyecto](#)”
- ⁱⁱⁱ Cristina Amaya. *Mercadotecnia de las artes*, 2010. [PDF](#)
- ^{iv} Cristina Amaya. *Mercadotecnia de las artes*, 2010. [PDF](#)
- ^v Definición de la RAE para “[propuesta](#)”
- ^{vi} Verbo Pronominal “proponerse” [Lexico.com](#)
- ^{vii} «What Went Down When I Met Miley Cyrus?» [Flare Magazine](#).